

СТИЛИСТИКО-ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕСС-РЕЛИЗА (НА МАТЕРИАЛЕ ВИТЕБСКИХ ГАЗЕТ)

А.А. Лавицкий

Витебск, УО «ВГУ им. П.М. Машерова»

Традиционно в материалах печатных СМИ выделяют три группы жанров, повсеместно представленных в региональных газетах: *информационные* (репортаж, интервью, заметка, отчет), *аналитические* (статья, обозрение, рецензия, письмо, корреспонденция) и *художественно-публицистические* (очерк, фельетон, памфлет, стихи, рассказы). Однако изменения общественного-политического порядка обусловили трансформацию традиционной журналистской системы. В печатных СМИ изменения привели к раскованности в содержании и стиле газет, тенденции персонифицирования материала, активному включению к диалогу с читателями, возросшей роли формы в обработке материала. Именно поэтому в последние десятилетия ряд ученых, такие как Е.И. Пронин [1], Л.Р. Дускаева [2], С.М. Гуревич [3], В.А. Салимовский [4] предложили новые авторские типологические системы журналистских текстов. Мы поддерживаем мнение профессора Г.Я. Солганика, который отмечает не разрушение традиционной типологической модели газетных жанров, а лишь определенные изменения системы журналистских текстов (вытеснение старых жанров и формирование новых) [5]. Поэтому непрекращающиеся исследования в области структурных изменений газетных жанров являются сегодня одной из актуальнейших проблем современной журналистики.

Материал и методы. Методы наблюдения и анализа являются главным для этой части работы, т.к. они позволяют верифицировать предлагаемые гипотезы. Целью нашего исследования является рассмотрение особенностей информационных жанров региональных периодических изданий на примере пресс-релиза. В качестве основы для анализа стилистических особенностей жанра пресс-релиза послужили материалы самых многотиражных витебских газет («Витебский рабочий» (ВР), «Витьбичи» (В), «Народное слово» (НС) за январь-февраль 2012 года.

Результаты и их обсуждение. В современной науке в зависимости от направления исследования существует несколько мнений о жанровой принадлежности пресс-релиза. Некоторые авторы сужают специфику этого жанра до деловых коммуникаций [6]. Л.М. Землянова определяет пресс-релиз как «официальное сообщение, выпускаемое для публикации в печати или распространении по каналам вещательных средств связи» [7, с. 173]. Большинство же исследователей рассматривают пресс-релиз как публицистическую разновидность PR-текста. В частности, профессор А.Д. Кривоносов пишет о пресс-релизе как «традиционно простом и эффективном средстве передачи точной и оперативной информации о базисном PR, а также установлении контактов с журналистами» [8, с. 131]. Однако, несмотря на принадлежность пресс-релиза к публицистическому жанру, неоспорим факт влияния на его стилистическое наполнение языковыми единицами других стилей речи. К ним отнесем:

1. Влияние официально-делового стиля на тексты пресс-релиза проявляется в первую очередь в таких свойствах, как точность и лаконичность передачи информации, часто официальность. Это связано с содержательной стороной пресс-релиза. Так, в исследуемых нами периодических изданиях большинство материалов пресс-релиза являются информационными сообщениями различных государственных институтов и ведомств (*Подарки приюту от депутата* (информация Палаты представителей Национального собрания) НС – № 3 (3082) от

10.01.2012г.; *Оценивали конкретные дела* (информация предприятия «Витебскоблгас») В – № 10 (3173) от 26.01.2012г.; *За границу – показать себя* (информация Полоцкого городского исполнительного комитета) ВР – № 11 (22276) от 28.01.2012г.; *«Брэнд года – 2011»: – три победы наших!* (информация областного исполнительного комитета) (В – № 14 (3177) от 04.02.2012г.) *Внесите предложения* (информация Министерства здравоохранения) ВР – № 14 (22279) от 04.02.2012г.) и др. В свою очередь к отличиям пресс-релиза от текстов официально-делового нужно отнести объективность.

2. Черты научного стиля в пресс-релизе просматриваются в широком использовании в текстах сообщения следующих языковых элементов: употребление характерной лексики (*основной профиль деятельности, себестоимость, процентное исчисление, активы, балансовая стоимость (Ориентация – на экспорт* (ВР – № 4 (22269) от 12.01.2012г.); *смартфон, слайдер, оперативная система, ноутбук, нетбук, интеграция контактов, акселерометр, слот, карта памяти, сенсор, хот-спот (Новая акция)* НС – № 7 (3086) от 19.01.2012г.), усложненные синтаксические конструкции (*Член Совета ... считает, что ... достигается ... и может быть ... - в соответствии с ... (По заслугам и зарплата* (ВР – № 1 (22266) от 03.01.2012г.); *До начала ..., обучающимся, было предложено ..., что стало ... (Дорожная техника с дизайном по-витебски* (В – № 14 (3177) от 04.02.2012г.), сложные союзы (*благодаря тому что, принятое решение ...; однако ввиду того что, отсутствие ...; между тем как местное самоуправление ... (Почти боевая готовность* (ВР – № 8 (22273) от 21.01.2012г.); *Вследствие того что, уровень ...; в то время как рост ...; исходя из того что, возможности ... (Краткие итоги работы промышленности* (НС – № 8 (3087) от 21.01.2012г.) и др.

3. Влияние разговорного стиля позволяет в текстах пресс-релиза благодаря средствам экспрессии и оценки популяризировать информацию для читателя, придать ей оттенок рекламности. В качестве средств экспрессии обычно используется эмоционально-окрашенная лексика (*смартфоны отвоюют львиную долю рынка; получить продвинутые возможности; можно стать безудержно счастливым владельцем; невиданный бонус; сделают Вашу жизнь яркой и мобильной (На старт, внимание, марш!* (ВР – № 4 (22269) от 12.01.2012г.).

Заключение. Таким образом, несмотря на то, что жанр пресс-релиза является относительно молодым в системе классификации журналистских текстов, на приведенных нами примерах можно определить очевидную тенденцию жанровых изменений в публицистическом стиле. В свою очередь, рассмотренные нами примеры указывают на необходимость дальнейшего более пристального изучения особенностей функционирования современных журналистских текстов как действенного и оперативного средства воздействия и влияния на массовую аудиторию.

Список литературы

1. Социальная практика и журналистский текст / Я.Н. Загурский [и др.] ; под общ. ред. Я.Н. Загурского. – М. : Издательство Московского университета, 1990. – 173 с.
2. Дускаева, Л.Р. Принципы типологии газетных речевых жанров / Л.Р. Дускаева // Язык современной публицистики : сб. статей ; сост. Г.Я. Солганик. – 2-е изд. – М. : Флинта : Наука, 2007. – С. 115–143.
3. Гуревич, С.М. Газета: Вчера, сегодня, завтра / С.М. Гуревич. – М. : Аспект Пресс, 2004. – С 183-209.
4. Салимовский, В.А. Жанры речи в функционально-стилистическом освещении (научный академический текст) / В.А. Салимовский. – Пермь : Издательство

- Пермского университета, 2002. – 236 с.
5. Газетные тексты как отражение важнейших языковых процессов в современном обществе (1990-1994 гг.) / Г.Я. Солганик // Журналистика и культура русской речи. Вып. 1. –1996. – С. 233–238.
 6. Алешина, И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетологов / И.В. Алешина. – М. : Гном-Пресс, 1997. – 255 с.
 7. Землянова, Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества / Л.М. Землянова. – М. : Издательство Московского университета, 1999 – 196 с.
 8. Кривонос, А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций / А.Д. Кривонос. – СПб : СПбГУ, 2002 – 288 с.

ПРАБЛЕМА МЕСЦА І РОЛІ ФІЛАЛАГІЧНАГА ПАКАЛЕННЯ Ў БЕЛАРУСКАЙ ЛІТАРАТУРЫ

*В.В. Лапацінская
Віцебск, ВА “ВДУ імя П.М. Маішэрава”*

Праблема месца і ролі кожнага літаратурнага пакалення ў агульным культуралагічным працэсе з’яўляецца актуальнай для сучаснага літаратуразнаўства, паколькі дасягненні яго прадстаўнікоў даюць падставы пановаму ацаніць літаратурны рух у цэлым. Літаратура 50–60-х гадоў ХХ стагоддзя – гэта вялікі пласт сучаснага слоўнага мастацтва, без ацэнкі якога літаратурны працэс мінулага стагоддзя выглядае не да канца раскрытым і збедненым.

У сувязі са зменай (чарговай і заканамернай) грамадскіх арыенціраў і прыярытэтаў, што адбылася за апошнія дзесяцігоддзі, творчая спадчына філалагічнага пакалення патрабуе больш пільнага вывучэння, што і з’яўляецца *мэтай* нашага даследавання. Напрыклад, нельга пагадзіцца з рэзка негатыўнымі выказваннямі на гэты конт С. Дубаўца, які сцвярджае, што “ўся беларуская савецкая літаратура – гэта не раздзел беларускай літаратуры, а раздзел іншае дысцыпліны” [2, с. 5], [гісторыі таталітарызму – В.Л.]. У доказ сваіх разваг аўтар заклікае перачытаць многія творы савецкага перыяду, такія, напрыклад, як “Пахне чабор”, “Сцяг брыгады”, “Атланты і карыятыды”. “Эстэтычна – гэта сапраўды не літаратура, а прадметы сатанісцкага культу” [2, с. 5], – зазначае С. Дубавец, тым самым адмаўляючы існаванне многіх беларускіх твораў ХХ стагоддзя, якія на сённяшні дзень сталі амаль класікай і папоўнілі скарбніцу не толькі нацыянальнай, але і сусветнай літаратуры. Такая безапеляцыйнасць меркаванняў не можа ўспрымацца адназначна. Даследчык не жадае бачыць канкрэтыкі часу, штучна падцягваючы, падганяючы творы мінулага пад сучасную “надзённасць”.

Матэрыял і метады. Спрэчкі вакол творчай генерацыі мастакоў слова перыяду “адлігі” не сціхаюць і да сённяшняга дня, іх творчы эксперымент істотна ўплываў на агульны рост мастацкай культуры ў цэлым. Прыкладам можа служыць анкета, праведзеная часопісам “Крыніца” ў 2001 г., вынікам якой стаў завочны абмен думкамі па гэтым пытанні вялікай групы пісьменнікаў і навукоўцаў самых розных узростаў.

Адзначым, што праз паўстагоддзя прысутнасці філалагічнага пакалення ў літаратуры існуе значная колькасць яго прадстаўнікоў, імёны якіх згадваюцца рэдка або не называюцца наогул, а іх творы застаюцца зусім недаследаванымі або атрымалі павярхоўную ацэнку. І разам з тым гэтае пакаленне і сёння, у асобе сваіх лепшых прадстаўнікоў, працягвае працаваць у літаратуры, непасрэдна ўплывае на